

同一家奶茶400米连开10店,真赚钱?

品牌方:投入巨大,注重未来市场;专家:密集布店有助于营销,但能否盈利还需时间检验



财经猎豹

随着“奶茶经济”的崛起,奶茶店营销花样也在不断翻新。近日,现代快报记者在南京新街口商圈发现,400米左右的地下通道密集开出了19家奶茶店,这其中10家店都是名为“T COMMA”的奶茶品牌,这样的店铺密度让很多消费者直呼吃惊。如此密集式的开店策略,到底商家能赚钱么?扎堆开店,难道是个噱头?

实习生 徐薇 见习记者 刘瑶
现代快报+记者 杜雪迎 潘荣文/摄



扫码看视频

▶该奶茶品牌店及奶茶产品

现场

同一品牌400米通道内开了10家店

最近,在南京新街口地铁站的地下商铺内,奶茶品牌“T COMMA”吸引了不少消费者的注意。鲜艳的橙色亮眼吸睛,上下两个逗号的标志性logo让人产生疑惑和好奇,大家疑惑的是:为什么该品牌开店如此密集?

“很难不注意到,因为走几步就能看到一家。”95后姑娘小吴告诉记者,带着疑问她买了一杯尝尝。“感觉味道还不错,果茶很新鲜爽口。”不过,也有消费者表示,口味和其他奶茶店区别不大。

“不明白为什么在新街口开这么多店,能赚钱吗?”90后小李表示疑惑。

现代快报记者细数发现,400米左右的

地下通道内共开了19家奶茶店,其中,年轻人熟知的COCO奶茶、一点点各3家、茶百道2家、双奈奶茶1家,剩下10家全部是“T COMMA”。该店相关负责人介绍,还有些门店待开业,计划2022年5月在新街口商圈开设54家自营门店,“店铺均是自营店,未来也不会开设加盟店。”

有业内人士认为,该品牌的模式,有点像长沙网红奶茶品牌“茶颜悦色”。该品牌负责人表示,“我们借鉴了‘茶颜悦色’密集开店模式,但是我们的经营模式还要革命性升级,无论从门店密集度、品牌形象、服务、产品等必须全面升级,才能生存下去。”

揭秘

高密度开店,真的能赚钱吗?

如此饱和式、高密度的开店模式,“T COMMA”能赚钱吗?

现代快报记者了解到,在繁华的新街口商圈开店,租金、装修费、材料、食品和员工薪资等费用加起来,成本并不低。该品牌负责人表示,每家店铺的装修费用在50万元左右,后期开设的店铺要全面升级,装修费还会更高,“租金方面,十几家店铺一年的租金就高达1000多万。”

走访中,现代快报记者发现,目前该品牌的门店均为顾客提供6小杯免费试饮。记者买了一杯柠檬果茶,参与了新会员开卡活动,一杯果茶只花了不到11元。据该品牌负责人表示,记者购买的柠檬果茶成本11元左右。中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者,正常情况一杯奶茶的成本算上食材、包装费和人工费大概15元,高端一点的奶茶品牌一杯成本在18元左右。“这家品牌去除人工费等,一杯成本价11元左右在合理范围内。”

那么,它的销量如何?该品牌负责人介绍,每家门店工作日每天大概能卖500多杯,节假日销售量会高一些,大概在每天六七百杯,部分门店能卖到800多杯。

除了房租和装修,员工薪资也是笔不小的开支。现代快报记者注意到,店铺的招聘信息显示,员工的月薪在7000-15000元不等,工资待遇高出其他奶茶店1-2倍。不过,该品牌负责人表示,消费者能享受到什么样的服务是十分重要的,也影响消费者下次是否还会选择这家店,希望店员都能为消费者提供高质量的服务。

“目前还在试营业,我们希望顾客了解我们的品牌、记住我们,喜欢我们的口味、认可我们的服务。”品牌负责人表示,打造奶茶IP需注重未来市场、长远发展。“未来,我们会依靠文创和IP盈利,比如零食、茶叶、小百货等衍生品,以及瓶装水饮料等。”

追问

奶茶市场还有发展空间吗?

在该品牌快速开店的同时,记者注意到其他奶茶品牌也毫不示弱。奶茶作为一种日配型商品,近几年来深受大众、尤其是年轻受众欢迎,仅在南京新街口商圈,就有上百家不同品牌的奶茶店。

新街口地铁站每天早晚高峰人流量非常大,日均人流量100万以上,地铁站周边店铺的发展潜力也很大。地铁站地下通道内有不少店铺,一位奶茶店店员告诉记者,“这几年奶茶品牌换了不少,但奶茶店始终存在。”

从整个行业来看,近年来,我国新式茶饮行业发展速度较快。数据显示,截至2020年,新式茶饮行业665亿元,预计2025年有望达到2110亿元。其中,定价在20元以上的高端茶饮品牌有望保持较高增速。

从门店规模来看,中端市场的“蜜雪冰城”率先开启了“万店模式”,截至2020年在全国开了12000家门店,市场份额占据

中端市场之首,为13.3%。2021年9月,“蜜雪冰城”接受上市辅导,开启IPO之路。COCO以11.6%市占率,占据中端市场“老二”,门店有4600家;书亦烧仙草、古茗,一点点分别以9.1%、8.7%、8.5%,占据中端市场的第三至第五,门店数量分别有5700家、4100家和3122家。

2014年,“茶颜悦色”在湖南长沙创立。官网显示,它在国内有300多家店,目前仅在长沙、武汉、常德三个城市开店。2021年11月,“茶颜悦色”宣布将长沙的七八十家店临时关闭。公司表示,虽然之前密集布点在长沙发展赚到了红利,但现在也要承担人流量减少带来的影响。2021年,“茶颜悦色”一共进行过三次集中闭店。

在资本市场中,“奈雪的茶”率先上市,成为“奶茶第一股”。不过公司却一直处于亏损的状况,财报显示,从2018年至2021年6月,公司累计亏损超3亿元。

分析

密集开店有助于营销,能否盈利还需时间检验

“一个奶茶品牌要看它的爆发力,也要看它的持久力。”江苏省餐饮行业协会会长于学荣表示,奶茶等网红餐饮企业迎合了消费者的新需求,也赚取了眼球经济,同时也出现一些创新的营销方式和经营模式。

于学荣表示,密集开店一定程度上可以提升品牌曝光度,给消费者带来视觉冲击力,通过曝光度吸引顾客和资本。不过这种模式还需合理布局,为消费者提供适合的餐饮产品和服务,“这种模式是否能长远走下去,值得期待和关注。”

“目前,市场很多奶茶品牌注重打造IP,从长远发展来看,品牌背后的经济价值远远不只是一杯奶茶。”于学荣表示,未来南京奶茶品牌的发展值得期待,奶茶有可能会发展成为一种文化现象。

资深商业管理咨询师、南京问策商业

管理顾问公司董事总经理苏晓晴也认为,密集型布店容易抓住市场,品牌和店名在消费者认知中反复出现,容易加强消费者的品牌记忆,对营销有一定好处。不过,站在“量本利”角度来看,能否盈利还需要时间的检验。“可能从品牌角度并不以盈利为目的,而只是把销量做上去,从而打垮竞争对手,获得资本的追捧。”

那么,奶茶市场是否饱和呢?苏晓晴表示,奶茶饱和的观点本身就有问题。奶茶是一种日配型商品,并不存在饱和这一说,只能说行业竞争比较激烈,但并不是不能允许新的品牌进入市场了。如今,许多消费者更多追求的是心理需求消费,在功能上思考得比较少,所以品牌方必须做到共情,把情感传递给消费者,抓住消费者的心理需求,这是商家需要考虑的。

分类广告 刊登热线:025-84783581、13675161757
地址:洪武北路55号置地广场1806室

遗失

遗失 江宁区熊小咖小吃店营业执照副本,统一社会信用代码:92320115MA24U98N;食品经营许可证副本,许可证编号:3201150002021101120063,声明作废。
遗失 天坛新寓8幢110室承租人武钟秀公租房租赁证遗失,声明作废。
遗失 南京正天汽配有限公司公章、财务专用章、周官宝法人章各一枚,声明作废。寻回后不再继续使用。

合并公告 根据南京杰通新型材料有限公司与南京晋联新材料科技有限公司的合并协议,两公司合并,合并方式为:南京杰通新型材料有限公司吸收南京晋联新材料科技有限公司;南京晋联新材料科技有限公司解散注销。南京晋联新材料科技有限公司的资产归南京杰通新型材料有限公司所有,所有债权债务由南京杰通新型材料有限公司承接。
南京杰通新型材料有限公司
南京晋联新材料科技有限公司
2022年01月08日

公告